

浙江伟星实业发展股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2026-025

投资者关系活动类别	<div><div>☒特定对象调研</div><div>☐分析师会议</div></div> <div><div>☐媒体采访</div><div>☐业绩说明会</div></div> <div><div>☐新闻发布会</div><div>☐路演活动</div></div> <div><div>☒现场参观</div><div>☒其他：电话会议</div></div>
-----------	--

	赵一鸣、张齐嘉、鲁长剑、李方勇；上海理成资产：林丽芬；上海朴易资产：董国星；石锋资产：田汉、杨舒妍；上海域秀资产：金明；上海云门投资：俞忠华；上汽顾臻资管：周密；申万菱信基金：徐瑞茜；慎知资产：张海涛；世纪证券：肖意生；双安资管：但堂超、郑轶群；水璞私募：方振；太平洋资产：罗荣、吴晓丹；太平资管：彭丹雪；天风证券：孙海洋、于梦鸽；同犇投资：龚小乐；同德磐石资管：周振兴、徐俊逸；万家基金：陈佳昀；西部利得基金：靳晓婷；西部证券：龚理；西藏数联企管：王冬琪；鑫元基金：姚启璠；信达澳亚基金：刘维华、吴凯、陈烁；信银理财：王桂林；兴业证券：赵宇；兴业证券自营：刘璐丹；兴银理财：王毅成；阳光资产：李曦辰；野村东方国际：张影秋、康璇；银河基金：于嘉馨、石磊；银河证券：郝帅、艾菲拉；银华基金：李爽；英大证券：胡鑫；永安期货：朗园；裕晋投资：邱馨慧；圆信永丰基金：李茵琦、胡春霞、汪萍、陈臣；源乘私募：邬安沙；长城基金：张坚、余欢；长江养老：曾知、王晶；长信基金：祝昱丰、李泽明、李夷；招银理财：郝雪梅、巩伟、姚思劼、杨鉉毅；海宸资产：张晓艳；中大君悦投资：祝凯伦；中国人寿养老：崔恒旭、裴勇；中加基金：赵雯晰；中金公司：陈婕、万艺澎、刘田田、华思怡、王凯；中欧基金：叶培培；中泰证券：吴思涵；中投公司：肖宗恒；中信保诚基金：吴昊；中信建投：叶乐、张舒怡；中信建投自营：牟欣；中信证券：郑一鸣、杨奕成、程威、张滋城；中信资管：李有为；中银基金：裔汶锦
时间	2026 年 10 月 28 日
地点	-
上市公司接待人员姓名	谢瑾琨、黄志强等
投资者关系活动主要内容介绍	<p>互动交流环节</p> <p>1、前三季度公司具体增长结构？</p> <p>答：前三季度，公司国际业务整体增长慢于国内业务，但国际品牌客户订单年内一直呈回暖趋势。分品类来看，第三季度公司钮扣和拉链两大核心业务均保持良好增长，其中拉链单季度的增速明显高于钮扣。</p> <p>2、近期接单情况如何？</p> <p>答：近期公司接单情况良好，后续将继续按照既定经营规划努力实现公司业绩的稳健增长。</p> <p>3、结合行业环境和竞争格局等因素，公司如何展望后续的增长目标？</p> <p>答：首先，我们认为衣食住行属于日常生活必需，服装消费存在相对刚性的需求。经过多年发展，全球服装行业已形成非常成熟的供应链。其中服饰辅料行业竞争格局整体较为稳定，而全球中高档辅料领域的规模企业较少，公司主要竞争对手是以 YKK 为代表的国际知名辅料企业。</p> <p>其次，随着消费者的个性化需求加强以及品牌客户对经营质量的追求，导致</p>

下游客户愈发重视服饰辅料企业在快速响应、时尚设计和综合服务保障等方面的匹配度。而公司在此等方面形成了较强核心竞争力。

最后，随着产业持续外迁、行业竞争加剧，我们认为国际化布局领先、综合竞争力强的头部企业更具优势，服饰辅料行业的集中度也会逐渐提升；在此进程中，公司将聚焦服饰辅料主业，持续推进全球化战略和智能制造等核心战略，并希望通过五至十年的努力，致力于成为“全球化、创新型的时尚辅料王国”，成为全球众多知名服饰品牌的战略合作伙伴，管理层对长期可持续发展充满信心。

4、公司产品毛利率的变化情况？面对原材料涨价有哪些具体措施？

答：公司采用成本加成的定价模式，根据生产过程中涉及到的材质、工艺、交期等进行定价，目前公司毛利率保持相对稳定。未来，公司期望与更多优质客户实现长期合作共赢，不会片面追求高毛利，合理的毛利率水平相对可持续。

近年来，受地缘政治冲突等因素影响，国际金属、原油和石化等大宗商品价格出现剧烈波动，并且整体国际宏观形势的走向较难预测。对此，公司采取以下措施：一是针对受主要原材料波动影响较大的产品，公司将继续有针对性调整价格，维持合理毛利率水平；二是坚持以客户满意度为核心，围绕订单增长目标，做好“开源”工作，通过订单总量增长带动规模效益提升；三是在“开源”的同时努力做好“节流”，根据存量订单等情况，有效把握采购节点、优化库存，并依托智能制造体系，持续强化精益管理，缓解原材料价格及人力成本上升带来的经营压力；四是积极推进新材料、新工艺研发，提高产品丰富度。

5、公司越南工业园发展情况？

答：越南工业园建成投产后，经过员工培训、客户验厂、智造升级等系列工作推进，现已进入快速发展阶段，接单和营收呈现快速增长态势，今年前三季度整体实现盈利。长期来看，随着当地员工技能素养逐渐提高，生产保障水平提升，越南工业园产能利用率和综合效益将逐步提升。

6、公司对于国际业务的发展规划？

答：总体来说，公司在大部分国际品牌客户中的份额占比并不高；且相较于公司的长期愿景，目前公司还处于全球化初期阶段，因此我们认为全球市场的份额提升是公司业绩增长的重要来源。

对此，公司既着眼于现有客户份额的持续提升，也不断拓展新的客户群体以

	<p>及应用场景，重点布局欧美源头市场及以东南亚为代表的服装加工区域，与全球品牌客户的战略合作将在未来更加广泛和深入。</p> <p>7、目前公司哪一类品牌客户增长较快？</p> <p>答：公司客户广泛分布于休闲、运动户外、羽绒、童装、女装、男装和工装等领域。近几年，运动户外、电商类品牌客户保持较好的发展态势。</p> <p>8、公司未来的资本开支计划？</p> <p>答：未来几年，公司资本开支的主要方向预计包括现有工厂智能制造水平的改进提升、推进募投项目达产达效和海外产能扩张等。总体来说，公司将围绕全球交付能力和品牌影响力提升等核心目标，紧密跟踪市场发展节奏，审慎决策重大资本开支。</p> <p>9、为什么公司很重视快反能力的打造？</p> <p>答：公司起步于钮扣业务，受钮扣明显的非标特征和彼时历史环境影响，公司各项业务基本围绕下游品牌客户需求而展开，逐渐打造形成了“产品+服务”的经营理念，并持续优化研产销协同体系。而随着纺织服装、服饰业的发展，下游品牌客户对经营质量的追求愈加明显，行业内“小批量、多批次、快交期”的订单趋势愈发明显，基于此，公司通过智能制造战略的实施和柔性制造体系的打造来提升生产效率，从而更好地满足客户的需求。</p> <p>10、公司在国际化过程中，如何保障团队稳定性？</p> <p>答：企业文化与管理团队是公司的核心竞争力之一，在公司发展历程中起到至关重要的作用。公司多措并举，不断强化海外人才梯队建设，派驻国内骨干精英前往海外各工业园和销售网络，推动人才培养模式和机制在海外落地，加速提升当地员工专业技能和职业素养。在深化文化认同的同时，公司遵循“论功行赏”“按劳取酬”的原则，持续完善多元激励举措，激活员工内驱力。</p>
附件清单	无
日期	2026 年 10 月 28 日